

因此，广告事业蒸蒸日上，其营业额从1985年的42亿卢比上升到1986年的60亿卢比。人们纷纷利用电视节目最佳时间大做广告，三月一日起，每十分钟的电视广告收费率从40,000卢比上升到75,000卢比。广告公司声称，印度许多公司正在学习利用广告对准一些特定市场，制造厂商也正在为自己的产品质量和售后服务而操劳。

六、企业处境不佳

企业处境不佳的情况也时有出现，在130家电视机制造厂商中有20家左右的厂

商已深陷绝境。政府以往一直积极支持处境不佳的产业，可现在却无能为力。这类处于困境之中的产业从前差不多都是一些小公司。今后，印度政府势必还要接受大企业景况不佳的考验。

虽然印度中央政府已停止资助处于困境之中的另一批企业，但是，印度各邦政府却心肠柔软。1986年，当中央政府拒绝支持孟买“塔塔”集团的已有一百十年历史的皇后纺织厂，马哈拉斯特拉邦政府却出面进行干预。

(编译自《经济学家》杂志1987年4月4日)

“了解美国市场”讲座信息

美国东华盛顿大学国际商业学院于9月7日至11日在上海外贸学院举办“了解美国市场”讲座，由八位教授分别讲授美国购买方式、市场调查研究、选择销售渠道、促进产品销售、美国家庭、社会机构背景等专题。来自本市对外经济贸易部门、国际贸易研究机构、高等院校的专家、干部、业务人员、学者等近百人参加。

这次讲座是上海外贸学院与美国东华盛顿大学国际商业学院合作交流项目之一，后者派遣市场学、管理学、心理学等专业教授前来讲课，旨在介绍美国市场情况，提供国际商务信息，促进中美贸易发展。

秦 浩